

Junta Accionistas

V I Ñ A C O N C H A Y T O R O

VIÑA CONCHA Y TORO

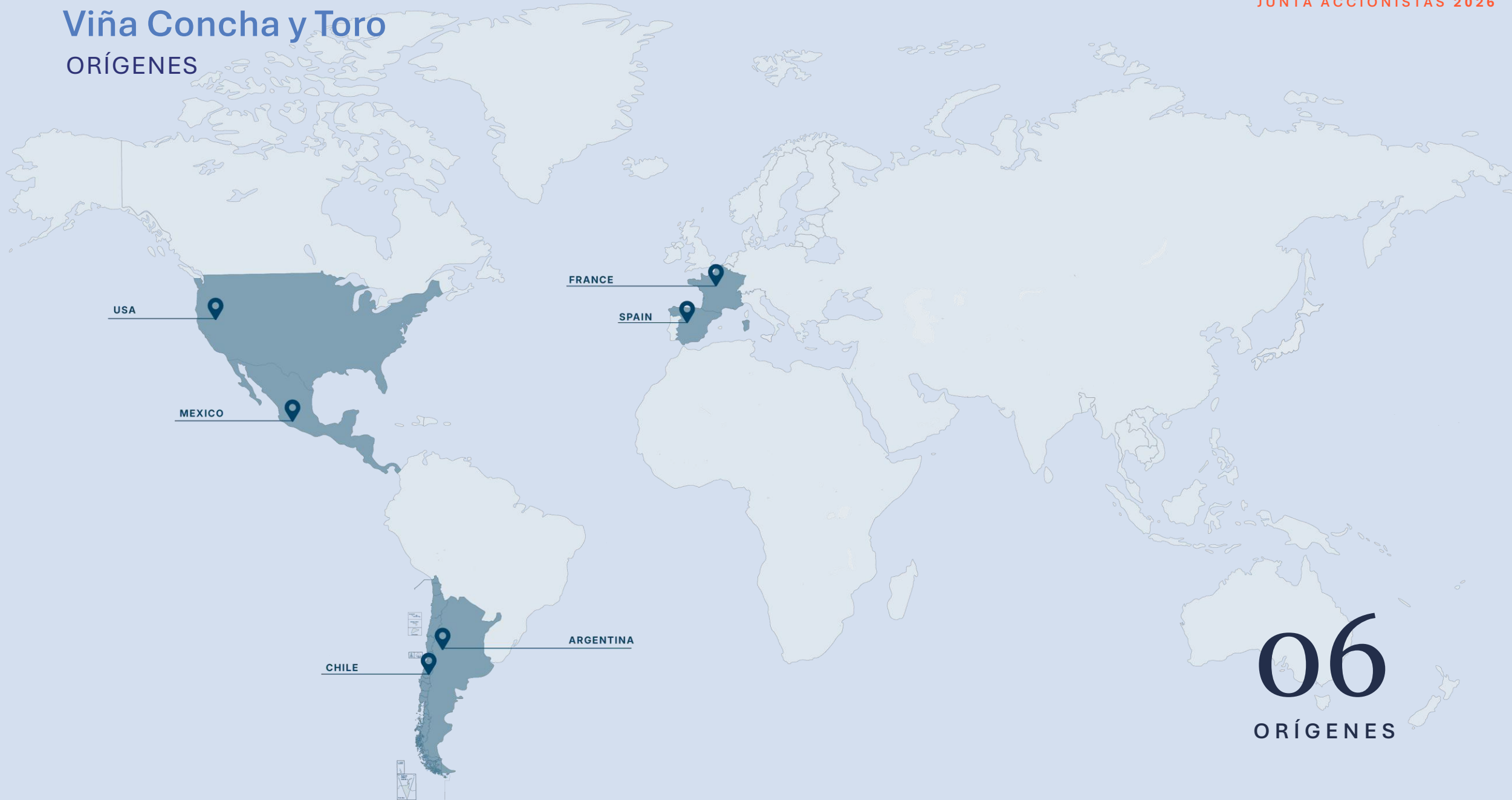
— FAMILY OF WINERIES —

01. Viña Concha y Toro, *hoy*



Viña Concha y Toro

ORÍGENES



06
ORÍGENES



CT USA
CONCHA Y TORO
DESDE 1883

VIÑA DON MELCHOR

MEXICO
BODEGA
TRIVENTO
ARGENTINA

FRANCE
A.
VIÑA AMELIA
LIMARÍ-CHILE

Cono Sur
VINEYARDS & WINERY

VIÑA **MAIPO**

Baron
Philippe de
Rothschild
Almasviva
Viña
Concha
y Toro

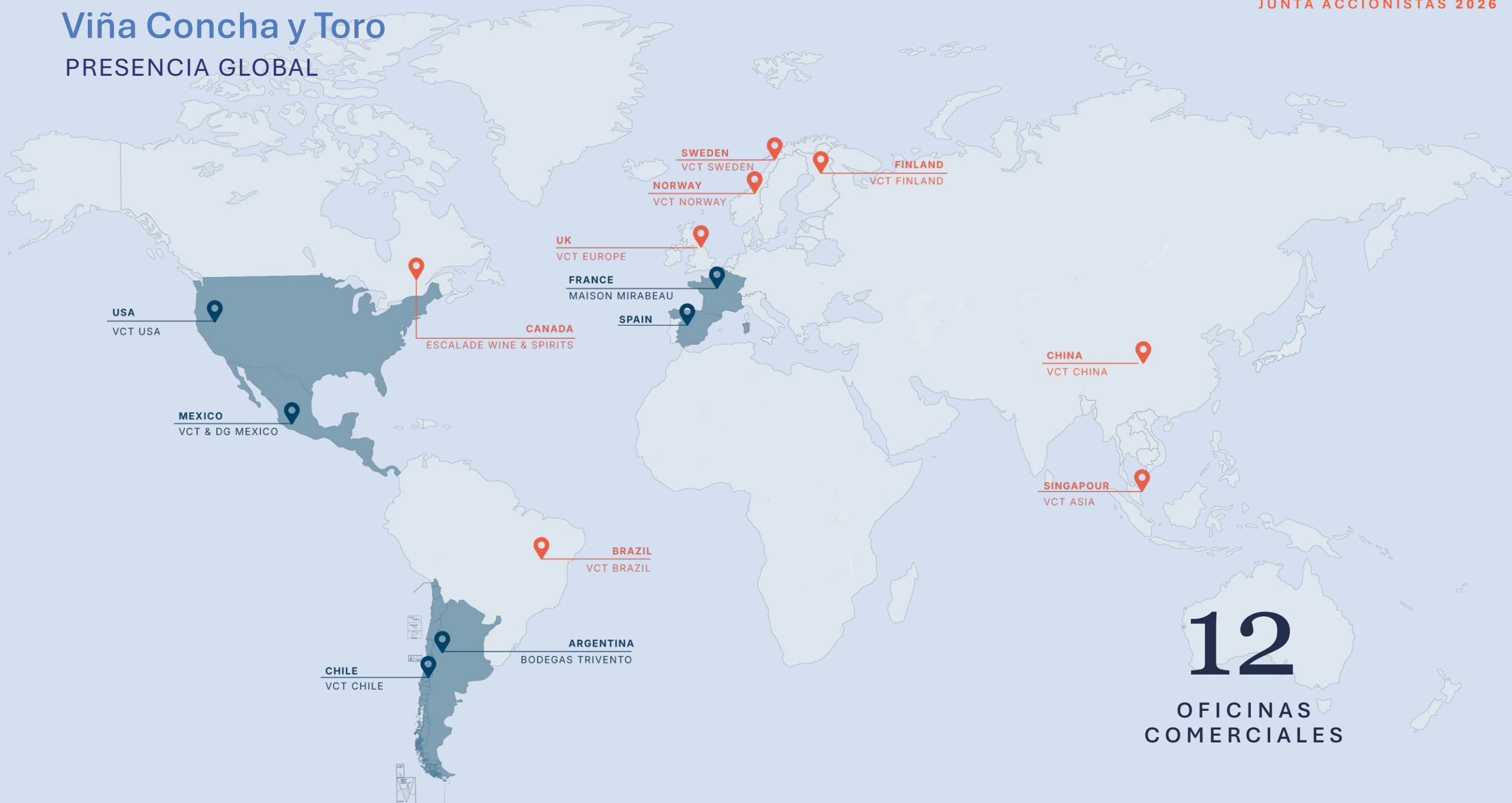
BONTERRA
ORGANIC ESTATES.

MAISON
MIRABEAU

ARGENTINA
CHILE

Viña Concha y Toro

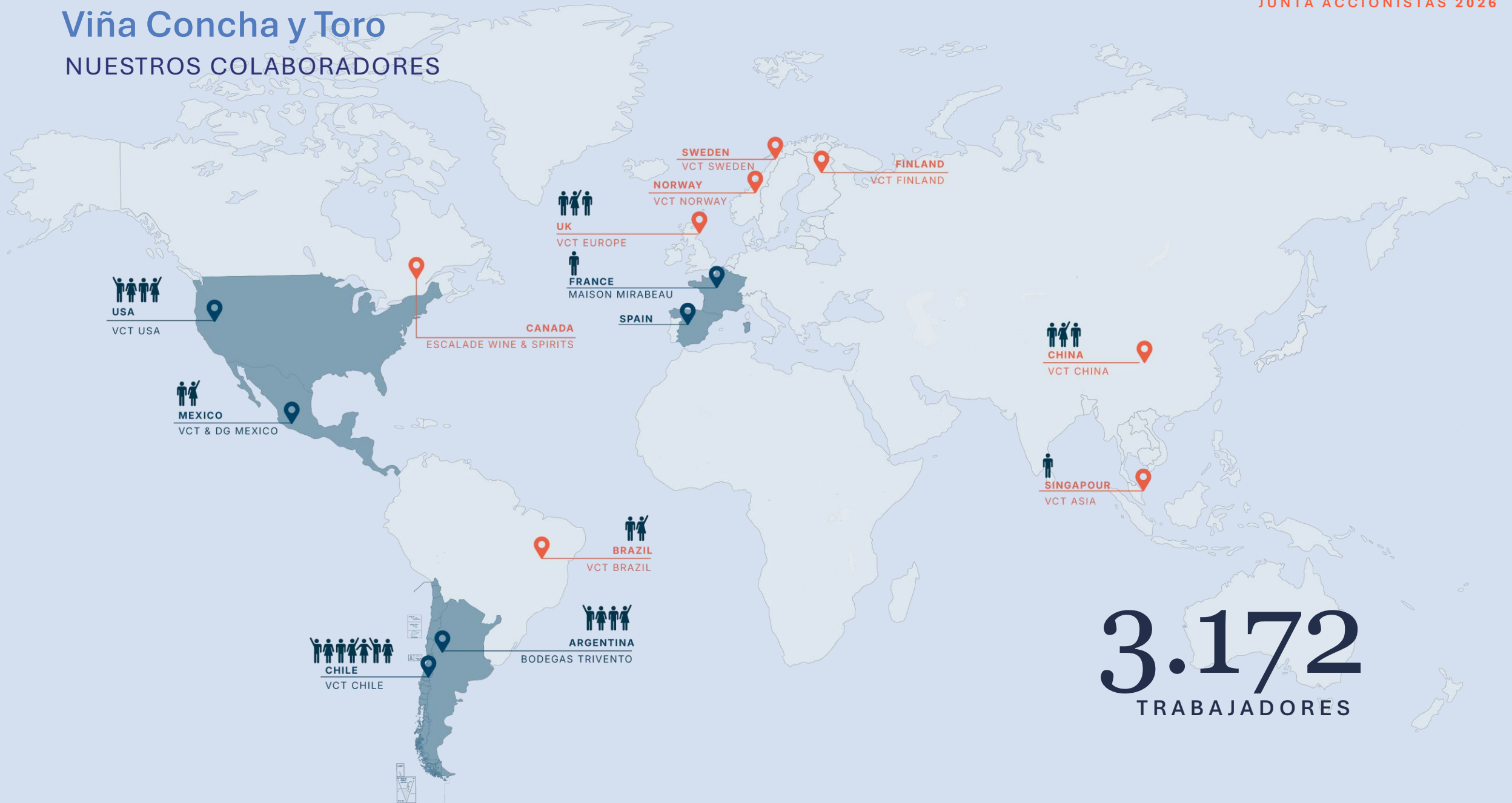
PRESENCIA GLOBAL



12
OFICINAS
COMERCIALES

Viña Concha y Toro

NUESTROS COLABORADORES



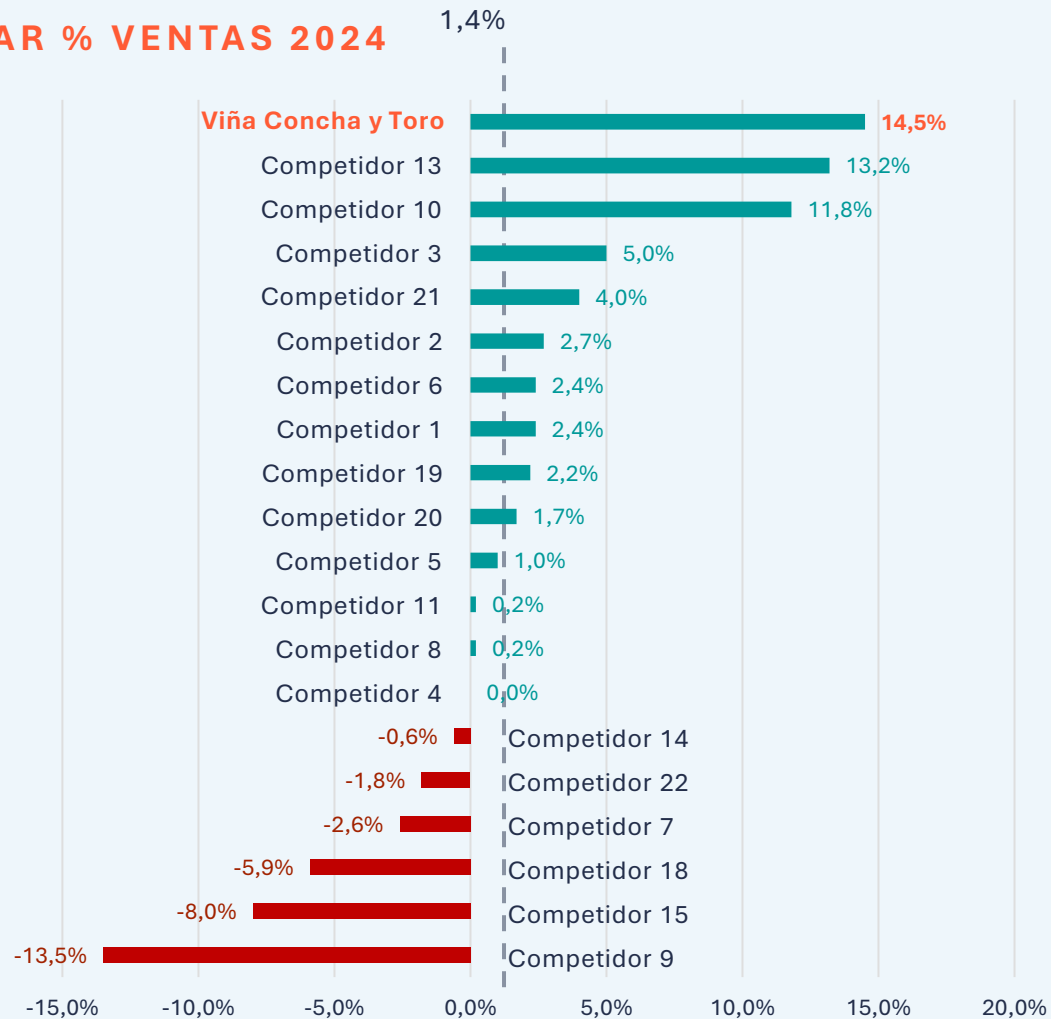
3.172
TRABAJADORES

La fortaleza de nuestro portfolio de marcas, la eficiencia del modelo de negocio verticalmente integrado y la amplia red de distribución internacional -tanto propia como a través de socios estratégicos- permitieron alcanzar un desempeño positivo en ventas en valor, pese al desafiante entorno internacional.

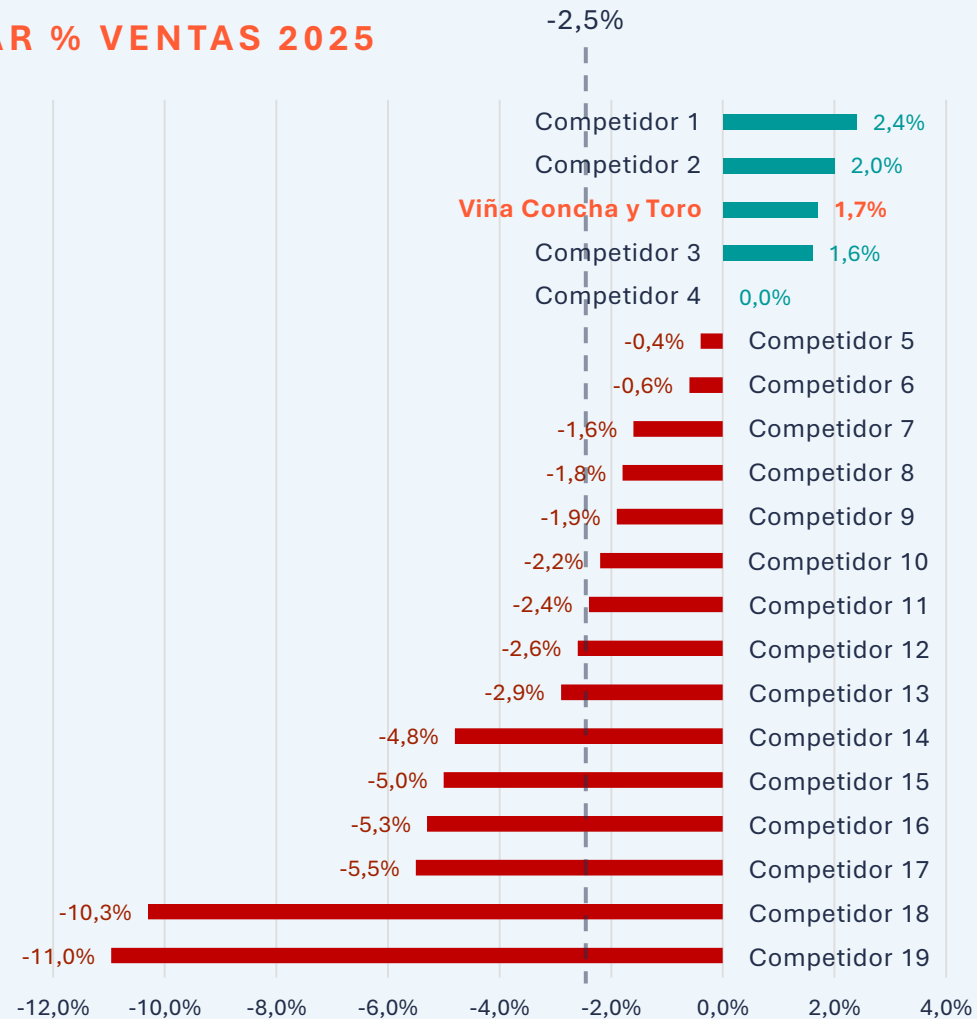
Resultados de las empresas globales

DE LA INDUSTRIA DEL ALCOHOL

VAR % VENTAS 2024



VAR % VENTAS 2025






02. Resultados Generales

2025 vs 2024



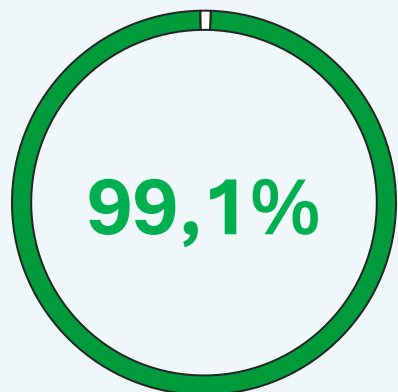
Desempeño 2025 vs 2024

SIN CONSIDERAR WRITE-OFFS EXTRAORDINARIOS

EERR CONSOLIDADO (MM CLP\$)	2025	2024	VAR (\$)	VAR (%)	
INGRESOS	975.333	958.630	16.703	1,7%	
COSTO DE EXPLOTACIÓN	599.159	585.938	13.220	2,3%	
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	376.174	372.692	3.483	0,9%	
	38,6%	38,9%	(0,3 pp)		
GAV	262.592	253.435	9.157	3,6%	
	26,9%	26,4%	0,48 pp		
OTROS INGRESOS Y GASTOS	(1.873)	(1.083)	(790)		
RESULTADO INMOBILIARIO	0	1.544	(1.544)		
RESULTADO OPERACIONAL	111.710	119.718	(8.008)	(6,7%)	
% R. OPERACIONAL / VENTAS	11,5%	12,5%	(1,03 pp)		

Venta Neta

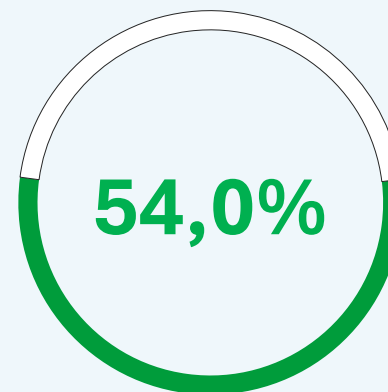
PRINCIPALES INDICADORES VS 2024



VOLUMEN VS AA



VENTA NETA VS AA



MIX P+I TOTAL VENTA
(+1.4 PP VS AA)



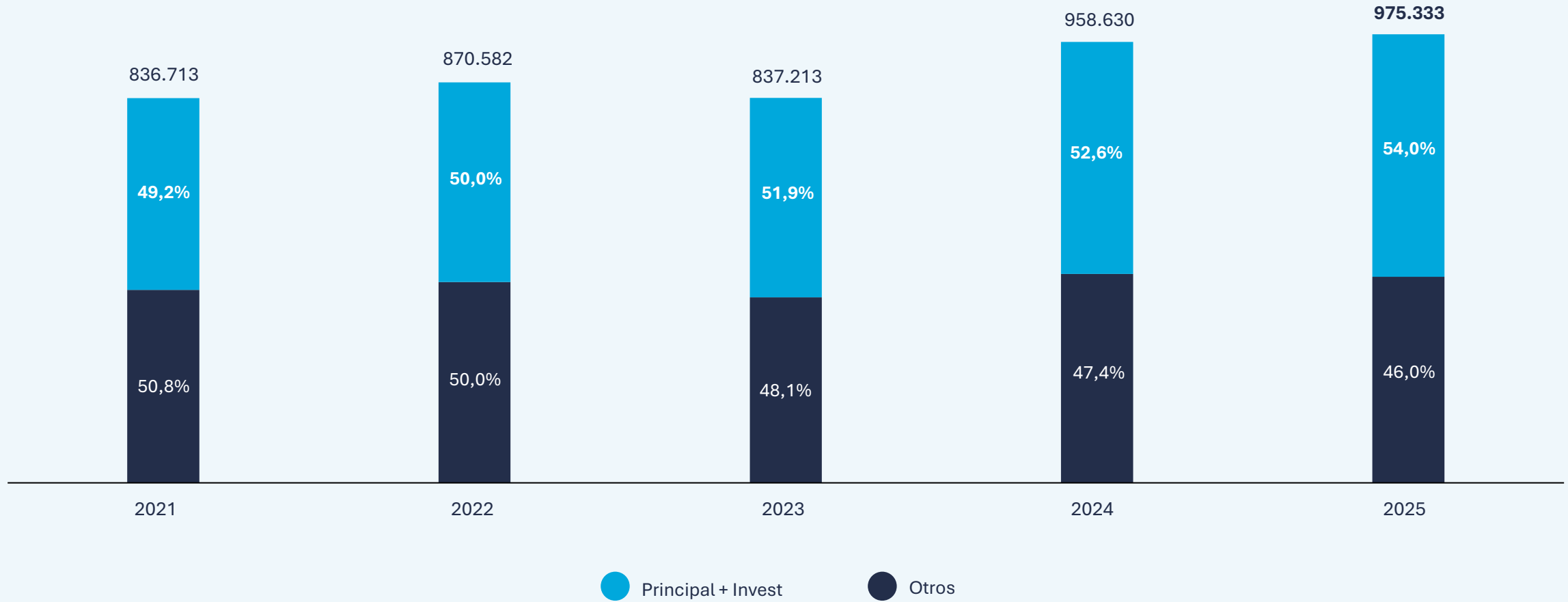
PROM. PRECIO NETO
VS AA

A pesar de un entorno desafiante, logramos ejecutar nuestro plan de negocios manteniendo estables los precios, logrando crecer vs AA.

Nota: Efecto Precio realizado a nivel de Marca-Cepa-Formato-País en Moneda Local del concepto Precio Neto.

Evolución Venta Neta

2021 A 2025 (MILLONES DE CLP\$)



Desempeño 2025 vs 2024

BUILD UP RESULTADO OPERACIONAL

	MM CLP\$	VAR (%)
R. OP 2024	119.718	
IMPUESTOS EPR/PRN UK	(9.119)	(7,6%)
TARIFA 10% USA	(2.625)	(2,2%)
TIPO DE CAMBIO	2.203	1,8%
<i>EFECTO VENTA S/TC</i>	<i>1.707</i>	<i>1,4%</i>
OTROS	1.532	1,3%
R. OP 2025	111.710	
DIFERENCIA R. OPERACIONAL	(8.008)	(6,7%)

Efecto Nuevos Impuesto: (CLP\$ 11.744 MM)

Se debió asumir un impacto fiscal de CLP\$11,7 mil millones, buscando un balance entre precios y la conservación del volumen.

Desempeño 2025 vs 2024

WRITE-OFF EXTRAORDINARIOS

EERR CONSOLIDADO (MM CLP\$)	2025	2024	VAR (\$)	VAR (%)
RESULTADO OPERACIONAL	111.710	119.718	(8.008)	(6,7%)
% R.OPERACIONAL/VENTA	11,45%	12,49%	(1,03 pp.)	
WRITE-OFF EXTRAORDINARIOS	(8.188)	0	(8.188)	
RESULTADO OPERACIONAL	103.522	119.718	(16.196)	(13,5%)
% R.OPERACIONAL/VENTA	10,61%	12,49%	(1,87 pp.)	

Desempeño 2025 vs 2024

APERTURA WRITE-OFFS EXTRAORDINARIOS

(MM CLP\$)	2025	2024	VAR (\$)
WRITE-OFF EXTRAORDINARIOS	(8.188)	0	(8.188)

WRITE-OFF EXTRAORDINARIOS	MM CLP\$
SALIDAS DE CAMPO EN CHILE Y TÉRMINO DE CONTRATOS EN EE.UU.	(3.980)
OBSOLESCENCIA DE INVENTARIO	(3.298)
DEGRADACIONES DE VINO	(910)
WRITE-OFF EXTRAORDINARIO 2025	(8.188)

Resultado No Operacional

2025 VS 2024

ITEM (MM CLP\$)	2025	2024	VAR (\$)	VAR (%)
GASTOS FINANCIEROS	(20.997)	(23.583)	2.586	(11,0%)
INGRESOS FINANCIEROS	4.077	3.565	512	14,4%
RESULTADO POR UNIDADES DE REAJUSTE	580	307	273	89,1%
GASTOS FINANCIEROS NETO	(16.340)	(19.712)	3.372	(17,1%)
% VTAS	1,7%	2,1%	(0,4%)	
DIFERENCIA DE CAMBIO	168	1.990	(1.821)	(91,5%)
TOTAL	(16.172)	(17.722)	1.550	(8,7%)

Resultado Consolidado

RESULTADO CONSOLIDADO (MM CLP\$)	2025	2024	VAR (%)
Ingresos de Actividades Ordinarias	975.333	958.630	1,7%
Costo de Venta	(599.159)	(585.938)	2,3%
Ganancia Bruta	376.174	372.692	0,9%
Margen Bruto %	38,6%	38,9%	(0,3 P.P)
Gastos de Administración y Ventas (GAV)	(262.592)	(253.435)	3,6%
Otros Ingresos Inmobiliaria	0	1.544	
Otros Ingresos y Gastos	(10.061)	(1.083)	828,9%
Resultado Operacional (EBIT)	103.522	119.718	(13,5%)
Margen Operacional %	10,6%	12,5%	(1,9 P.P)
Resultado No Operacional	(16.172)	(17.722)	(8,7%)
Empresas Coligadas y Negocios Conjuntos	3.328	3.624	(8,2%)
Impuesto a la Renta	(22.327)	(26.916)	(17,1%)
Interés Minoritario	(1.132)	(1.284)	(11,9%)
Utilidad Neta	67.220	77.420	(13,2%)
Margen Neto %	6,9%	8,1%	(1,2 P.P)
Castigos (write-off) No Flujo	13.134	6.280	109,1%
Depreciación & Amortización	36.105	31.657	14,0%
EBITDA	152.761	157.655	(3,1%)

Deuda Financiera Neta

DE LA COMPAÑÍA (MILLONES DE CLP\$)



USD / CLP

710,95	844,69	855,86	877,12	996,46	907,13
--------	--------	--------	--------	--------	--------

03. Resultados Generales 2025 vs 2017



Comparativo de Volúmenes 2025 vs 2017

CIFRAS EN MC9L

MATRIZ	2017	2025	VAR (#)	VAR (%)
PRINCIPAL + INVEST	8.450	12.375	3.926	46,5%
PROTECT	14.839	13.569	(1.270)	(8,6%)
WATCH	659	265	(394)	(59,8%)
PORTF MKTNG PREMIUM Y SUPERIOR	170	74	(96)	(56,6%)
OTROS*	12.846	6.510	(6.337)	(49,3%)
TOTAL GENERAL	36.964	32.793	(4.171)	(11,3%)

OTROS*: Considera marcas masivas no premium, fuera de la matriz de marcas.

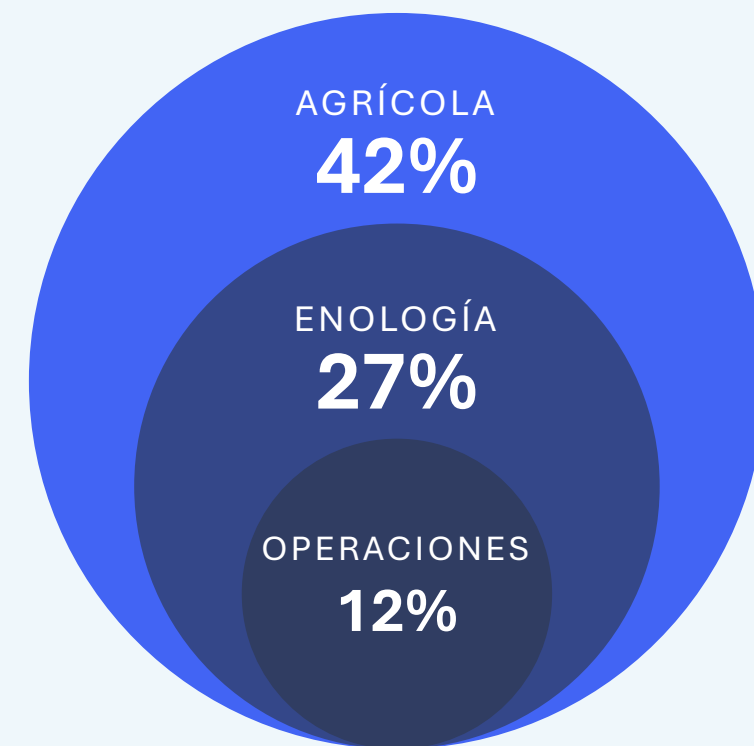


CLP\$ 845.601 MM

**RESULTADO OPERACIONAL TOTAL
ACUMULADO DEL PERÍODO:**

Total invertido entre 2017–2025

ÁREA	INVERSIÓN TOTAL (MMCLP)	INVERSIÓN TOTAL (MMUSD)	PARTICIPACIÓN
AGRÍCOLA	192.191	242,5	42%
ENOLOGÍA	123.628	158,2	27%
OPERACIONES	54.858	69,6	12%
TI, FILIALES DIST. Y OTROS	38.141	47,3	8%
NUEVOS NEGOCIOS	46.011	54,3	10%
TOTAL	454.829	571,9	100%

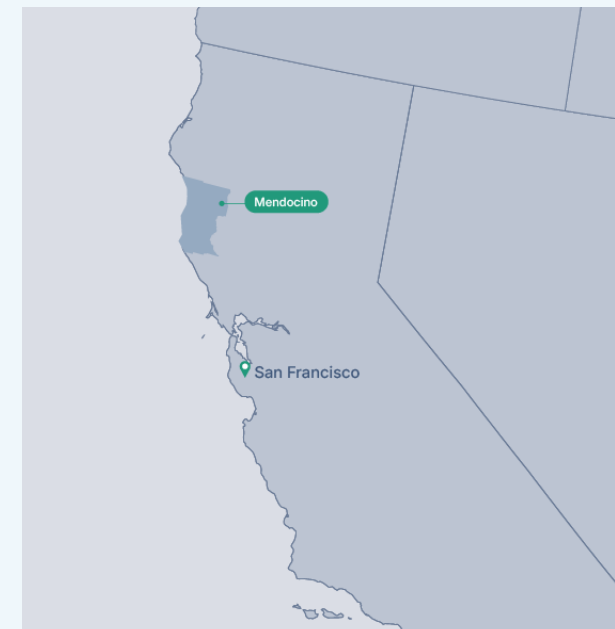
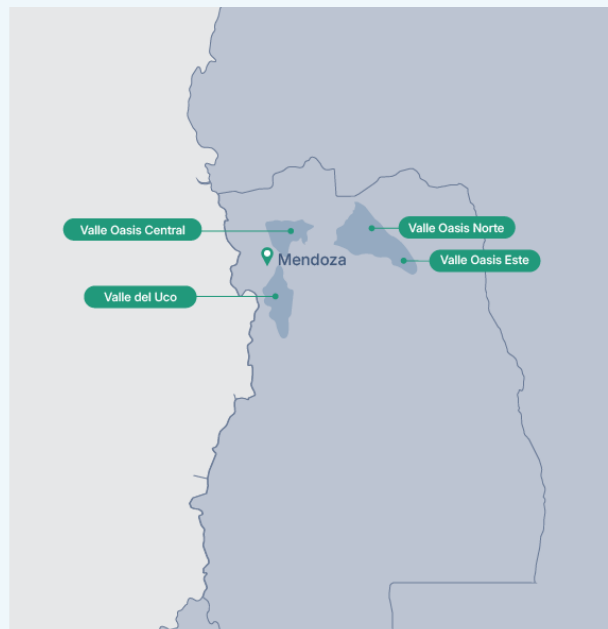


Inversiones en MMUSD: Se utiliza el tipo de cambio promedio anual de cada año.

El total invertido en este periodo representa el **53,8%** del Resultado Operacional acumulado.

Plantaciones Agrícolas de la Empresa

AÑO 2025 (HECTÁREAS)



ORIGEN	PLANTADAS (HA)	POR PLANTAR (HA)	TOTAL (HA)
CHILE	10.655	1.014	11.669
ARGENTINA	1.520	189	1.709
CALIFORNIA	266	127	393
TOTAL	12.441	1.330	13.771

Otros Negocios



CENTRO DEL VINO

En esta área queremos destacar que nuestro Centro del Vino en Pirque está plenamente operativo con planes de crecimiento fuerte en ventas.



KROSS ODISSEA

Nuestro negocio local de cervezas tuvo un extraordinario crecimiento del 31,2% en volumen, creciendo Kross como marca principal y explosivamente Odissea, marca introducida en 2024. El área de cervezas importadas cayó por estar presente en un segmento que persiste desafiante y con alta competencia.

Un Portafolio de Marcas en constante evolución

Disminución considerable en la cantidad de marcas, concentrándose en aquellas con mayor capacidad de crecimiento.

NUEVAS OPORTUNIDADES

Buscar oportunidades de crecimiento en orígenes nuevos con marcas premium y con mínima inversión en activos fijos.

Ej: Maison Mirabeau

— MAISON —
MIRABEAU

NUEVOS PRODUCTOS

Trabajo continuo de las áreas de Marketing y del Centro de Investigación e Innovación, **para el desarrollo de nuevos productos que respondan a las necesidades del consumidor**, para ser lanzados a fines de este año y principios del próximo.

04. Escenario Actual



La caída del consumo observada desde 2021 se consolidó en 2025 en los principales mercados

Los principales mercados muestran **caídas cercanas al 20% en cinco años.**

(MILLONES DE C9L)

MERCADO	2021	2025	VAR (%)
USA	160,2	127,6	(20.3%)
Chile	16,5	13,4	(18.8%)
UK	86,4	68,7	(20.5%)

Fuente: IRI / Nielsen / Circana

La industria enfrenta múltiples presiones simultáneas que aceleran el cambio

Hoy convergen varios factores que presionan a la industria al mismo tiempo:

- > Caída sostenida del consumo
- > Exceso estructural de oferta
- > Presión regulatoria creciente
- > Cambios profundos en el consumidor
- > Disrupciones geopolíticas y comerciales

Esta combinación está obligando a una transformación acelerada de la industria.

El ritmo de cambio del mercado está superando la capacidad de adaptación de muchos actores

La fuerte caída entre 2022–2025, junto con proyecciones negativas para 2026, está generando una reestructuración profunda. Consecuencias esperadas:

Ajuste de oferta

- > Arranque masivo de viñedos
- > Reducción de superficie plantada

Consolidación de la industria

- > Quiebras de productores
- > Desaparición de proveedores

Reestructuración empresarial

- > Reducción de dotaciones
- > Simplificación de portafolios
- > Foco en eficiencia operacional

La presión regulatoria contra el alcohol continúa intensificándose

Los gobiernos están adoptando políticas cada vez más activas para reducir el consumo de alcohol.

Principales herramientas:

- > Aumento de impuestos
- > Restricciones publicitarias
- > Advertencias sanitarias
- > Campañas anti-alcohol

Históricamente el vino había mantenido una posición diferenciada frente a otros alcoholes. Hoy esa diferencia comienza a diluirse.

Los cambios en el consumidor están redefiniendo la relación con el alcohol

Las nuevas generaciones muestran patrones de consumo distintos:

Mayor preocupación por la salud

- > Consumo menos frecuente
- > Estilos de vida más saludables

Impacto de medicamentos GLP-1

- > Reducción del apetito
- > Menor consumo de alcohol

Nuevos sustitutos

- > Bebidas low / no alcohol
- > Cannabis en mercados legalizados

05. Nuevas oportunidades



OPORTUNIDADES PARA CRECER EN UN ENTORNO DESAFIANTE

A pesar del escenario complejo que enfrenta la industria del vino, nuestra compañía cuenta con *activos estratégicos, capacidades y oportunidades concretas* que debemos aprovechar en todas las áreas de la empresa.

El desafío no es solo resistir el ciclo negativo, sino fortalecer nuestra posición competitiva para la próxima etapa de la industria.



CT
CONCHAYTORO
DESDE 1883


VIÑA DON MELCHOR

A.
VIÑA AMELIA
LIMARÍ-CHILE

Cono Sur
VINEYARDS & WINERY


VIÑA MAIPO

Baron
Philippe de
Boschhoff
 Viña
Concha
y Toro
AlmaViva

BODEGA
TRIVENTO
ARGENTINA

BONTERRA
ORGANIC ESTATES.

MAISON
MIRABEAU